



TITLE:

京大東アジアセンターニューズレ ター 第587号

AUTHOR(S):

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター

CITATION:

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター. 京大東アジアセン
ターニューズレター 第587号. 京大東アジアセンターニューズレター
2015, 587

ISSUE DATE:

2015-09-21

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/199921>

RIGHT:

2015 年 9 月 21 日発行 第 587 号

CONTENTS

アジア自動車シンポジウム 2015 のご案内	2
上海街角インタビュー 97	3
【中国経済最新統計】	5



アジア自動車シンポジウム 2015 のご案内

主催

京都大学東アジア経済研究センター

共催

東京大学ものづくり経営研究センター

東京大学社会科学研究所現代中国研究拠点

京都大学人文科学研究所附属現代中国研究センター

後援

京都大学東アジア経済研究センター支援会

アジア自動車シンポジウム 2015 2020 年中国自動車産業を予測する

—生産国基準とメーカー基準の両側面から—

■京都会場 2015 年 11 月 7 日(土) 13 時

京都大学経済学部三番教室(法経東館 2 階)

■東京会場 2015 年 11 月 9 日(月) 13 時

京都大学東京オフィス(品川インターシティA棟 27 階)

2020 年に中国の自動車生産台数はどこまで増大するかを予測する。

ただし、自動車生産台数を生産国基準とメーカー基準の二つの基準を使って予測する。生産国基準とは、一つの国で何台の車が生産されたかを数える方式であり、どのようなメーカー(国産メーカーか、外資メーカーか)が生産したかは無視している。通常、各国の自動車工業会が使用している国内生産台数に関する統計数値である。

他方、メーカー基準とは、その国の国産メーカーが世界全体で生産した台数であり、どこで生産されたか(国内か、海外か)は無視する。国産メーカーの国内と海外での生産台数での合計である。

2013～14 年の中国の自動車生産台数を生産国基準でみると、およそ 2200 万台前後であるが、メーカー基準では 1100 万台程度となる。では 2020 年にこうした数値はどのように変化するのか。本シンポではその予測に挑戦する。

13:00-13:20 挨拶

東京大学ものづくり経営研究センター ディレクター 新宅 純二郎

東京大学社会科学研究所現代中国研究拠点長 丸川 知雄

13:20-13:50 問題提起

京都大学 教授 塩地 洋 生産国基準とメーカー基準

13:50-15:20 第 1 部 2020 年の中国自動車産業

野村総合研究所 上級コンサルタント 張 翼 2020 年の市場予測と中国メーカーの海外生産

三菱総合研究所 首席研究員 野呂義久 2020 年の市場予測と中国メーカーの海外生産

フォーイン 中国調査月報編集長 平野孝治 中国の商用車の競争力

15:40-16:50 第 2 部 パネルディスカッション

野村総合研究所 張翼/三菱総合研究所 野呂義久/フォーイン 平野孝治 司会 塩地洋

16:50-17:00 閉会挨拶

17:10-18:30 懇親会

(みずほホール・法経東館地下 1 階) 参加費 2000 円(支援会会員は無料)

参加の御申込は、塩地 shioji@econ.kyoto-u.ac.jp に会場名、氏名・所属、懇親会出席を御連絡ください。シンポジウムの参加費は無料、懇親会は 2000 円です。ただし支援会会員は懇親会も無料です。

東京会場は定員 150 名、京都会場 200 名です。お早めにお申し込みください。

上海街角インタビュー ⑨

社団法人大阪能率協会アジア・中国事業支援室副室長（海外委員）

順利包装集団董事（在上海）

福喜多技術士事務所所長

福喜多俊夫

アップルウォッチ（ウェアラブルデバイス）に興味がありますか？

スマホが大進化を遂げ、タブレットがPCから主役の座を奪い、今やウェアラブルデバイスに開発の中心が移り、腕時計型、眼鏡型などが開発されている。今春、アップル社がアップルウォッチを発売して人気を博しているが。中国では華為（ファーウェイ）が子供用スマートウォッチを発売したと人民網が報じていた。上海人は好奇心が旺盛で新しいもの好きなので、ウェアラブルデバイスに興味を持つ人が多いのではないかと思います。訊ねてみた。

1. 40歳代中頃の女性

私はすべてのアップル製品について興味があります。最先端の機能が盛り込まれています。勿論、アップルウォッチにも興味があります。でも、アップルの製品は高いので何も持っていません。アップルの製品が出てしばらく待つと、国産品のよく似た機能のものが安く出回るのをそれを買います。

2. 30歳代前半の女性

アップルウォッチは中国ではまだ、iPhoneほどポピュラーではありません。街でアップルウォッチをしている人を見かけたことはありません。機能がクチコミで知れ渡ると買う人が増えると思います。でも、中高年の人はあまり興味を示さないのではないですか。私も欲しいとは思いません。

3. 50歳代前半の男性

事務所の同僚はアップルウォッチを欲しいと言っています。たぶん、我慢できずに買うでしょう。私も興味がありますが、どの程度の機能をもっているか見定めてから買います。それと、手が出る値段のものはデザインがイマイチです。実用性と美観性が向上すればブームになると思います。

4. 40歳代後半の男性

私は IT 新技術というものに全く興味がありません。携帯電話もスマホは持っていないし、装着携帯端末にも全く興味がありません。将来的にも買うつもりはありません。

5. 60 歳代後半の男性

アップルウォッチは発売と同時に買いました。なかなかの優れものです。時計機能は勿論ですが、メール、電話、カメラ、地図、予定表、天気予報、ヘルスケア、万歩計、音楽など、まだ全部の機能を使いこなしていません。

6. 20 歳代前半の女性

発売と同時に買いました。ファッション性は少しやばたいですが、新規性で補って友達に自慢しています。機能はいろいろありますが、まだ、スマホにとってかわるというところまでは行きません。スマホの方が扱いやすいです。でも、数年のうちに大きなスマホを持たない時代が来るかもしれません。

7. 40 歳代中頃の女性

小1の子供が欲しがるので、子供用のスマートウォッチを買ってやりました。今のところは電話機能だけで満足していますが、もし、友達の誰かがアップルウォッチを持てば「私も本物が欲しい」と騒ぎ出すことでしょう。

8. 20 歳代後半の女性

主人がアップルウォッチについていろいろ調べました。iPhone 6 とセットで使うと多くの機能が使えると言っています。主人は欲しそうですが、私はあまり興味がありません。

9. 40 歳代前半の男性

今のところあまり興味がありません。値段が高い割に機能が制限されているように思います。もう少し進化してから考えます。

上海でもウェアラブルデバイスはまだ黎明期で、家電量販店や PC ショップでもまだ、売場ではスマートフォンとタブレット PC が圧倒的に大きな面積を占めている。しかし、機能とデザインが洗練されてくれば、ウェアラブルデバイスが通信機能の主体となり、タブレットがさらに薄く、軽くなって、画像を必要とする機器の主役になるのではないだろうか。

以上

【中国経済最新統計】

	① 実 質 GDP 増加率 (%)	② 工 業 付 加 価 値 増加率 (%)	③ 消費財 小売総 額増加 率(%)	④ 消費者 物価指 数上昇 率(%)	⑤ 都市固 定資産 投資増 加 率 (%)	⑥ 貿易収 支 (億ドル)	⑦ 輸 出 増加率 (%)	⑧ 輸 入 増加率 (%)	⑨ 外国直 接投資 件数の 増加率 (%)	⑩ 外国直 接投資 金額増 加率 (%)	⑪ 貨幣供 給量増 加 率 M2(%)	⑫ 人民元 貸出残 高増加 率(%)
2005 年	10.4		12.9	1.8	27.2	1020	28.4	17.6	0.8	▲0.5	17.6	9.3
2006 年	11.6		13.7	1.5	24.3	1775	27.2	19.9	▲5.7	4.5	15.7	15.7
2007 年	13.0	18.5	16.8	4.8	25.8	2618	25.7	20.8	▲8.7	18.7	16.7	16.1
2008 年	9.0	12.9	21.6	5.9	26.1	2955	17.2	18.5	▲27.4	23.6	17.8	15.9
2009 年	9.1	11.0	15.5	▲0.7	31.0	1961	▲15.9	▲11.3	▲14.9	▲16.9	27.6	31.7
2010 年	10.3	15.7	18.4	3.3	24.5	1831	31.3	38.7	16.9	17.4	19.7	19.8
2011 年	9.2	13.9	17.1	5.4	24.0	1549	20.3	24.9	1.1	9.7	13.6	14.3
2012 年	7.7	10.0	14.3	2.7	20.7	2303	7.9	4.3	▲10.1	▲3.7	13.8	15.0
2013 年	7.7	9.7	11.4	2.6								14.1
6 月	7.5	8.9	13.3	2.7	19.9	271	-3.3	-0.9	-17.3	20.1	14.0	14.1
7 月		9.7	13.2	2.7	20.2	178	5.1	10.8	1.2	24.1	14.5	14.3
8 月		10.4	13.4	2.6	21.4	285	7.1	7.1	-11.7	0.6	14.7	14.1
9 月	7.8	10.2	13.3	3.1	19.6	152	-0.4	7.4	-16.8	4.9	14.2	14.3
10 月		10.3	13.3	3.2	19.2	311	5.6	7.5	-8.2	1.2	14.3	14.1
11 月		10.0	13.7	3.0	17.6	338	12.7	5.4	-9.3	2.3	14.2	14.2
12 月	7.7	9.7	13.6	2.5	17.2	256	4.3	8.6	-3.4	-42.6	13.6	14.1
2014 年												
1 月				2.5	19.8	319	10.5	10.8	-8.6	-4.5	13.2	14.3
2 月				2.0		-230	-18.1	10.4	1.3	4.0	13.3	14.2
3 月	7.4	8.8	12.2	2.4	17.3	77	-6.6	-11.3	6.1	-1.5	12.1	13.9
4 月		8.7	11.9	1.8	16.6	185	0.8	0.7	0.5	3.4	13.2	13.7
5 月		8.8	12.5	2.5	16.9	359	7.0	-1.7	8.4	-6.6	13.4	13.9
6 月	7.5	9.2	12.4	2.3	17.9	316	7.2	5.5	10.3	0.2	14.7	14.0
7 月		9.0	12.2	2.3	15.6	473	14.5	-1.5	14.0	-17.0	13.5	13.4
8 月		6.9	11.9	2.0	13.3	498	9.4	-2.1	5.2	-14.0	12.8	13.3
9 月	7.3	8.0	11.6	1.6	11.5	310	15.1	7.2	9.4	1.9	11.6	13.2
10 月		7.7	11.5	1.6	13.9	454	11.6	4.6	8.7	1.3	12.1	13.2
11 月		7.2	11.7	1.4	13.4	545	4.7	-6.7	-8.6	22.2	12.0	13.4
12 月	7.3	7.9	11.9	1.5	12.6	496	9.5	-2.3	6.1	10.3	11.0	13.6
2015 年												
1 月				0.8		600	-3.3	-20.0	2.2	-1.1	10.6	14.3
2 月				1.4		606	48.3	-20.8	49.8	0.1	11.1	14.7
3 月	7.0	5.6	10.2	1.4	13.1	31	-15.0	-12.9	0.3	1.3	9.9	14.7
4 月		5.9	10.0	1.5	9.6	341	-6.5	-16.4	2.9	10.2	9.6	14.4
5 月		6.1	10.1	1.2	9.9	595	-2.4	-17.7	-14.0	8.1	10.6	14.3
6 月	7.0	6.8	10.6	1.4	11.6	465	2.8	-6.3	4.6	1.1	10.2	14.4
7 月		6.0	10.5	1.6	9.9	430	-8.4	-8.2	9.6	5.2	13.3	15.7

注：1. ①「実質 GDP 増加率」は前年同期（四半期）比、その他の増加率はいずれも前年同月比である。

2. 中国では、旧正月休みは年によって月が変わるため、1 月と 2 月の前年同月比は比較できない場合があるので注意されたい。また、() 内の数字は 1 月から当該月までの合計の前年同期に対する増加率を示している。

3. ③「消費財小売総額」は中国における「社会消費財小売総額」、④「消費者物価指数」は「住民消費価格指数」に対応している。⑤「都市固定資産投資」は全国総投資額の 86%（2007 年）を占めている。⑥—⑧はいずれもモノの貿易である。⑨と⑩は実施ベースである。

出所：①—⑤は国家统计局統計、⑥⑦⑧は海関統計、⑨⑩は商務部統計、⑪⑫は中国人民銀行統計による。